

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE

Departamento de Economía, Administración y Mercadología

PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)

**Programa de desarrollo de la gestión en las funciones
sustantivas de las empresas**



ITESO

Universidad Jesuita
de Guadalajara

3J01 Desarrollo de Capacidades para la comercialización y ventas

CEDECOM

Exportación de Sidra Posdata a Chicago, Illinois

PRESENTAN

Alejandra Hernández García. Comercio y Negocios Globales.

Bryan Venegas Casas. Comercio y Negocios Globales.

Sebastián Voss Gutiérrez. Comercio y Negocios Globales.

María José Andrade Loranca. Mercadotecnia.

Profesores PAP:

Juan Manuel Allera Mercadillo

Carlos Riggen Ramírez

Tlaquepaque, Jalisco, julio de 2023

REPORTE PAP

ÍNDICE

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional	2
Resumen	2
1. Introducción	4
2. Desarrollo	9
3. Resultados del trabajo profesional	11
4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto	17
5. Conclusiones	25
6. Bibliografía	29
7. Anexos	30

REPORTE PAP

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional

Los Proyectos de Aplicación Profesional son una modalidad educativa del ITESO en la que los estudiantes aplican sus saberes y competencias socio-profesionales a través del desarrollo de un proyecto en un escenario real para plantear soluciones o resolver problemas del entorno. Se orientan a formar para la vida, a los estudiantes, en el ejercicio de una profesión socialmente pertinente.

A través del PAP los alumnos acreditan el servicio social, y la opción terminal, en tanto sus actividades contribuyan de manera significativa al escenario en el que se desarrolla el proyecto, y sus aprendizajes, reflexiones y aportes sean documentados en un reporte como el presente.

Resumen

Este proyecto de exportación está orientado en el desarrollo de un plan de negocios internacional para una empresa mexicana productora de Sidra, con el objetivo de querer expandir su mercado al extranjero y está enfocado al mercado meta número uno de importaciones de sidra en el mundo, el cual es Estados Unidos, pero específicamente a una ciudad que es Chicago, Illinois. Se hizo una investigación y análisis de mercado para otorgarle a la empresa herramientas para que así pueda ser rentable la operación.

El documento comienza con una introducción que presenta un poco de la empresa y a su vez un análisis en el DENUÉ para conocer cuántos establecimientos económicos dedicados a la elaboración de Sidra y otras bebidas fermentadas hay en la república mexicana.

Se analizarán los objetivos específicos los cuales se dividen en tres áreas, que son producto, logística y ventas. En la sección de producto se desarrollan las características y atributos del producto. En logística se investigan las regulaciones arancelarias y no arancelarias, se determinan los documentos necesarios para la exportación. Por último, en las ventas se realiza una investigación de mercado objetivo, se propone una propuesta de valor, se analiza la competencia y se elabora un plan de marketing.

La metodología utilizada implica el análisis de la empresa, el uso de plataformas de investigación como Passport y SEMRUSH, y el trabajo en equipo de estudiantes de mercadotecnia y comercio y negocios globales para presentar el entregable de la empresa.

Se llevaron a cabo investigaciones, exploraciones de redes sociales, registros de marca y análisis de ventajas y oportunidades. Se generaron estrategias de

posicionamiento en el mercado y se presentaron informes correspondientes de cada tema.

Por último, el proyecto llega a la conclusión de que por el momento debe de revisarse de manera profunda los costos e identificar posibles alternativas de maquila como parte de una estrategia financiera.

1. Introducción

1.1 Antecedentes del proyecto y contexto

La empresa de sidra posdata comenzó su negocio con el nombre de Burra Blanca en noviembre del 2019, se lanzó al mercado su sidra natural elaborada con jugo 100% orgánico de manzanas frescas cultivadas en México. Su compromiso como empresa es dar satisfacción en cada caja y durante todo el año a los paladares que buscan bebidas más saludables sin perder la mejor experiencia en cada trago. Hoy en día es una de las marcas de sidra natural mexicana con mejor reconocimiento en México y la primera en exportar a Estados Unidos al Estado de Arizona. Cuentan con dos tipos de sidra, la clásica que es una mezcla de manzanas rojas y amarillas es muy ligera, baja en calorías (90 calorías), es semidulce y cuenta con 5% de graduación alcohólica. El otro estilo es de manzanas verdes, es dulce, cuenta con 139 calorías, es ligera y cuenta con 6% de graduación alcohólica. Ambas no contienen colorantes, saborizantes, ni Stevia. Es una botella de 355 ml/12 oz, de color ámbar, con el fin de protegerla de la luz y evitar que las levaduras inicien un nuevo proceso.

En su preparación se le agrega un solo gramo de azúcar, es bastante espumosa. Esta bebida está pensada para beberse frías, entre los 10 y los 12 meses después de su elaboración, no es una bebida para añejarse.

Por el momento el director de la empresa es el encargado de todas las áreas, de las ventas, compras, relaciones públicas, redes sociales, desarrollo del producto, operaciones, etc.

Analizando el número de empresas de todos los tamaños que hay en el sector, con base al DENU, que su actividad económica sea la elaboración de Sidra y otras bebidas fermentadas en todo el país, que su clave SCIAN es 312139, los resultados encontrados fueron de 33 establecimientos económicos. De las cuales 1 está en Baja California, otra en Durango, 3 en Hidalgo, 1 en Jalisco, 1 en Michoacán de

Ocampo, 4 en Morelos, 17 en Puebla, 1 en Sinaloa, 1 en Tlaxcala y 3 en Veracruz de Ignacio de la Llave.

Analizando los 33 resultados hay algunas sidrerías, bodegas de sidras, o establecimientos donde elaboran sidras y productoras de bebidas artesanales.

1.2 Problemática u oportunidad detectada

El presente proyecto universitario tiene como objetivo principal ayudar a la empresa posdata a resolver los desafíos asociados con la exportación de sidra a Chicago. A través de un estudio de mercado y la formulación de estrategias de comercialización efectivas, se busca brindar a la empresa las herramientas necesarias para aprovechar las oportunidades en el mercado de la sidra en Chicago y tener su presencia y rentabilidad en dicha ciudad. El proyecto se divide en diferentes etapas, que abarcan desde el análisis del mercado objetivo hasta la implementación de estrategias de entrada al mercado.

1.3 Objetivo general

Los objetivos generales se definieron a finales del mes de mayo en una junta con el empresario, se definieron metas y las necesidades para la empresa, a continuación se presenta de manera resumida el objetivo general de la empresa Sidra Posdata:

- Desarrollar el plan comercial para exportación para Sidra Posadata a los Estados Unidos.

1.4 Objetivos específicos

Desarrollar los temas correspondientes al Producto con sus características y atributos, empaque y embalaje, registro de marca y sus costos para junio 2023.

Desarrollar los temas correspondientes a la Logística con sus regulaciones arancelarias y no arancelarias, los documentos necesarios para exportar, el transporte, agente aduanal y almacenaje, para julio 2023

Desarrollar los temas correspondientes a las ventas, con la investigación del mercado meta, la propuesta de valor, la competencia, el plan de marketing, y los posibles compradores, para julio 2023

2. Planeación y seguimiento del proyecto.

2.1 Metodología

El proyecto consistió en analizar una empresa, en el cual pudimos identificar sus desafíos que estaba enfrentando Posdata y poder ver las estrategias posibles que se pudieran implementar a la marca. Nuestro objetivo principal fue enfocar y ver si es viable exportar una sidra a Chicago. El equipo está conformado por 4 integrantes, 3 estudiantes de comercio y negocios globales de séptimo y octavo grado, y una estudiante en mercadotecnia de séptimo grado, cada uno mostró sus diferentes habilidades, donde se usaron diferentes plataformas como Passport y SEMRUSH para la investigación. Tener diferentes puntos de vista y conocimientos ayudó a unir las ideas y crear soluciones.

Las reuniones de trabajo fueron de lunes y miércoles de 4:00 a 5:00 pm y martes y jueves de 4:00 a 7:00 pm. Tuvimos clases híbridas, vía zoom y presenciales en Iteso. Durante el proyecto todo corrió bien por parte de la investigación, pero se presentaron contratiempos por parte de nuestro empresario lo cual aplazaba nuestras citas y esto llegó a alargar nuestro proceso.

2.2 Cronograma o plan de trabajo todos

El siguiente cronograma es una representación gráfica del tiempo y forma con el cual se realizó el proyecto:

Calendario de entregas semestre Verano 2023
Plan de Negocios

R PAP

Tema 1 Empresa y Producto	Semana 1	22 al 28	Tema 1 Introduccion	MAYO
	Semana 2	29 al 4		
Tema 2 Logistica	Semana 3	5 al 11	Tema 2 Desarrollo	JUNIO
	Semana 4	12 al 18		
Tema 3 Ventas	Semana 5	19 al 25	Temas 3 Resultados	JUNIO
	Semana 6	26 al 02		
Tema 8 Conclusiones y recomendaciones	Semana 7	03 al 9	Tema 4 Reflexiones	JULIO
	Semana 8	10 al 17	Temas 5 Conclusiones	
			Presentacion Final	

Empresa y producto: Se trabajó en conocer los antecedentes de la empresa, en cómo está constituida, se otorgaron distintos documentos para conocer el producto, también se realizó una exploración de redes sociales, registros de marca en México y en Estados Unidos, también se dio a conocer la misión, la visión y sus valores como empresa, se generaron algunos objetivos específicos y uno general.

Logística: Se investigó sobre el producto sus características, se investigó la fracción arancelaria para poder saber cómo funciona las regulaciones arancelarias y no arancelarias, el transporte necesario y los agentes aduanales, y se sacaron costos para poder exportar el producto.

Ventas: Se trabajó en realizar investigaciones en bases de datos para saber cómo está funcionando la competencia en el país al que se va a exportar, también se buscaron distintos canales de distribución para poder llegar al mercado meta. se trabajó en buscar las ventajas y oportunidades de la empresa para poder competir con la competencia, concentrando en un mercado muy específico para así darle valor al trabajo que realiza esta empresa se realizaron propuestas de valor para crear una estrategia de posicionamiento en el mercado, se realizó una investigación de herramientas de venta encontrando la mejor opción para POSDATA.

2.3 Productos y entregables

Para este trabajo que se hizo a la empresa posdata se hicieron varios entregables como el plan de trabajo donde se mencionan tres temas principales, producto, logística y ventas. En este mismo plan de trabajo existen varios anexos como la tabla de competencia para que la empresa tenga de referencia varios aspectos como el precio. El análisis de redes sociales y página web donde se investiga las redes sociales de la competencia. Otro anexo es el de canales de distribución y posibles contactos, donde se mencionan los canales en los que se enfocara posdata para su venta y sus contactos. El pricing and costing donde se hace una corrida financiera para saber el precio final para el consumidor y otro precio basado en la competencia. Y por último una tabla de posibles maquiladores para encontrar quien hace sidra o cerveza artesanal en Chicago para así el precio de la sidra en su punto de venta pueda ser menor.

3. Desarrollo

3.1 Sustento teórico

Investigación de Mercado

Gracias a esta materia me sirvió de sustento para hacer toda la investigación de cómo se está comportando el mercado de la sidra, utilice las bases de datos que se otorgaron como el DENUÉ o Passport, me ayudó a hacer un análisis correcto y claro.

Análisis de riesgo

Esta materia ayudó a medir cuales son los mayores riesgos a los cuales se enfrentan las empresas al momento de querer explorar en el mercado internacional. Evitar el desaprovechamiento de esfuerzos y recursos gracias a una buena investigación de mercado.

Marketing digital

A través de esta materia, nos ayudó a utilizar diversas herramientas y plataformas digitales para promover productos o servicios, generar leads y aumentar la visibilidad de una marca en línea. Algunas de las mejores herramientas utilizadas en marketing digital incluyen Google Analytics para el análisis de datos, Google AdWords para publicidad en línea y redes sociales como Facebook, Instagram y LinkedIn para el alcance de audiencia. Algunos autores ampliamente utilizados en esta área son Philip Kotler, Dave Chaffey y Neil Patel, quienes ofrecen perspectivas y estrategias útiles para el mundo del marketing digital.

Logística

Al llevar a cabo esta materia nos dimos cuenta que sirvió de mucho ya que te ayuda a saber cómo investigar costos de envío, la mejor manera de cubicar la mercancía,

de tal manera que te puedes ahorrar dinero para que sepas a la hora de que una paquetería te cobre algún costo sepas por qué te están cobrando esa cantidad.

3.2 Desarrollo de la propuesta de mejora y resultados

Plan de trabajo: en el plan de trabajo se abordaron tres temas en general, el primero fue el producto, donde se vieron las características del mismo que en este caso fue la sidra, mencionando sus atributos físicos, como sus aspectos visuales, su sabor, el color, etiqueta, etc. Sus atributos funcionales para saber en qué ayuda, como las calorías del producto o con que se puede llegar a maridar, y por último sus atributos psicológicos, para conocer la filosofía de la marca. Se mencionó la normatividad para conocer las normas con las que cumple el producto para su venta en México. También se mencionan datos encontrados en las investigaciones como los países que exportan más sidra en el mundo y también los principales países compradores de este mismo.

Se menciona el empaque y el embalaje junto con sus especificaciones como el peso, largo, ancho y altura para el mejor acomodo de las cajas en las tarimas. En este documento se anexó el registro de la marca y posdata si tiene un registro en Estados Unidos que se encuentra vigente en el USPTO y a su vez en México en el IMPI.

Se hizo un Costing and Pricing para analizar en cuanto estaría el producto en Chicago en las tiendas y si es factible hacer la exportación. Se hizo de dos maneras primero el costing y luego el pricing que este se basa con el precio del producto de la competencia.

En el punto número dos se menciona sobre la logística, donde se mencionaron las regulaciones arancelarias donde se puede ver el tratado que tiene México y Estados Unidos y Canadá y se puede ver que México no paga ningún impuesto a la importación. En las no arancelarias se mencionan sobre las normas de calidad, las regulaciones sanitarias, las licencias y permisos, y las restricciones de etiquetado.

También se mencionan los documentos para poder exportar un producto según SNICE.

En la parte de transporte y agentes aduanales se dan algunos contactos para poder cotizar la operación.

Por último, en la parte de ventas se menciona sobre el mercado meta, es decir a quién va dirigido el proyecto, y también el segmento meta, aquí se hizo una investigación en Passport donde da estadísticas sobre los consumidores en Estados Unidos en base a la sidra, su cadena de distribución y el contexto internacional en el consumo.

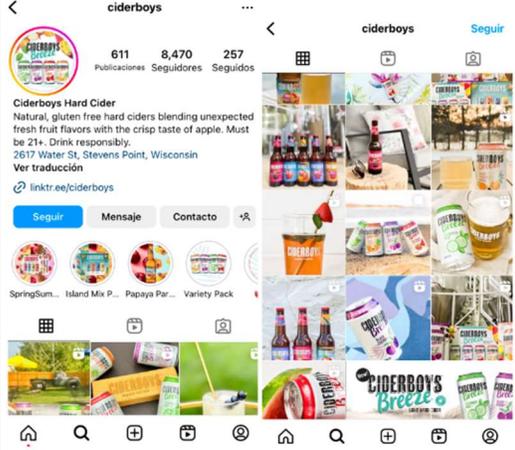
Se menciona sobre la propuesta de valor de la empresa, mencionando su oferta de producto y de empresa. Se hizo un buyer persona para saber cómo va a ser el consumidor y una tabla de competidores y sus productos. Se menciona sobre el marketing, y se hizo una tabla con un directorio de contactos que puedan maquilar sidra en Estados Unidos para que así sea mucho más barato venderla en Chicago.

Para terminar, se dan recomendaciones y conclusiones de cada uno de los alumnos que realizaron el plan de trabajo para que así cada uno con lo investigado pueda dar su punto de vista y analizar cómo la empresa puede mejorar.

Tabla de la competencia: en esta tabla se mencionan las posibles competencias que tiene posdata. Se mencionan sus precios, de donde son, donde se producen y en algunas de dónde son sus manzanas. Viene su link para que se pueda ver la página y saber más sobre la marca.

Magners Original Cider	\$14.99 (pack de 12)	\$1.24	https://alsdelivers.com/ (Tiendas de venta de alcohol física, online, e-commerce) Producen su Sidra en Clonmel, Country Tipperary, Irlanda.		<ul style="list-style-type: none"> • Es hard cider • Es una marca reconocida lo cual tiene impacto en instagram de modo orgánico sin incluso tener una cuenta oficial. • Es algo convencional
STELLA ARTOIS	\$10.49 (pack de 6)	\$1.74	https://www.stellaarthis.com/ https://www.instagram.com/stellaarthisusa/ https://www.instagram.com/stellaarthis/ (Tiendas de venta de alcohol física, online, e-commerce) Es fermentada en Nueva York, utilizando manzanas recolectadas de las regiones vitivinícolas de América del norte y del sur.		<ul style="list-style-type: none"> • Es hard cider • Marca comercial con alta presencia en el mercado • No tienen redes sociales específicamente para ese producto pero dentro de la marca de Stella Artois es promocionada y es un cuenta certifica • Existe contenido orgánico • Tiendas de conveniencia comparten su producto. • Buen marketing • Contenido que genera engagement y visual conecta y sus imágenes están enfocadas en su producto y muestran ideas creativas • Es algo más convencional

Análisis de redes sociales y página web: en esta tabla se hizo una investigación sobre los competidores con un listado de su producto y sus precios. A su vez se mencionan las redes sociales de alguna de las marcas para que la empresa lo pueda tomar como referencia.

MARCA	INSTAGRAM
CIDERBOYS	

Canales de distribución y posibles contactos: En esta tabla se muestran los canales en los que se enfocara la venta de posdata, estos son, autoservicio, tiendas de conveniencia y licorerías. Se menciona el contacto del canal y el número de sucursales.

NOMBRE LICORERÍA	CONTACTO	DESCRIPCIÓN
Vas Foremost Liquors	2300 N Milwaukee Ave, Chicago, IL 60647 +1 773-278-9420	Located in the Logan Square neighborhood, Vas Foremost Liquors is a beloved liquor store offering a wide array of domestic and international spirits, wines, and beers.
BINNY'S	213 W. Grand Ave., Chicago, IL 60654 +1 312-332-0012	The Lincoln Park location of Binny's is well-known and easily accessible. It features an extensive selection of wines, spirits, craft beers, and more. https://www.binnys.com/
Lyon 's Beverage Depot	712 E 87th St, Chicago, IL 60619 +1 773-855-8403	
Moreno's Liquors	Moreno's Liquors 3724 West 26th Street, Chicago, IL. 60623 Phones: 1-(773)-277-7737 1-(773)-277-6787	clients@morenosliquors.com https://morenosliquors.com/about/

Pricing and costing: en este documento primero se hizo el costing donde se llevó a cabo un análisis para saber cuáles serían los precios al consumidor final y por otro lado se hizo un análisis tomando en cuenta el precio del competidor con el producto más parecido a la sidra de posdata. En este mismo punto se investigó el impuesto estatal de acuerdo con la página oficial de tasas y tarifas de impuestos del Estado de Illinois y a su vez el impuesto a nivel federal.

Posibles maquiladores: este entregable es una tabla de las posibles opciones que se pueden considerar para maquilar la sidra posdata en Estados Unidos, para así no pagar un flete tan alto.

Empresa	Que producen	Contacto	Dirección
2 Fools Cider	Sidra	312 - 375-4796 https://2foolscider.com/	1864 High Grove Ln Suite 100 Naperville IL 60540
Apple Knocker Hard Cider	Sidra	618 - 893-2557 https://www.ciderguide.com/wp-content/uploads/2014/03/appleknockermockup.pdf	1600 Cobden School Road Cobden IL 62920
Eckert's Inc	Sidra	618 - 310-1959 https://eckerts.com/	951 South Greenmount Rd Belleville IL 62220
ERIS Brewery and Cider House	Sidra y cerveza	773 - 517-6220 https://www.erischicago.com/	4240 W. Irving Park Rd. Chicago IL 60641
Orchard Landing	Sidra	815 - 281-0772	6635 W. Beaty

4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto.

- Aprendizajes profesionales

Aprendizaje profesional Alejandra Hernández:

A través del desarrollo de este proyecto de aplicación profesional, obtuve una experiencia en la práctica aplicando todos los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera de comercio y negocios globales. Gracias al desarrollo del plan de negocios para la empresa de Sidra Posdata, aprendí en un caso real a investigar el mercado y a indagar más en las plataformas, no solo irme por lo primero que viera, también a analizar a la competencia y sacar los datos más significativos, aprendí a formular una estrategia de comercialización y a su vez a realizar un plan de marketing gracias a mi compañera que estudia mercadotecnia pude aprender varias herramientas para medir el mercado.

Gracias a diferentes materias llevadas a través de la carrera me puede dar cuenta que varias son muy importantes como la de investigación de mercados ya que gracias a esos aprendizajes pude explorar las plataformas como el DENUÉ o Passport con mayor facilidad, también la materia de Logística ya que me ayuda a saber si el acomodo que nos proporcionó el empresario para las tarimas era el correcto, otra materia que considero es importante es la de operación aduanera ya que se ve mucha legislación y ahí se pudo sacar la información como las regulaciones arancelarias, no arancelarias y hasta temas de normatividad.

Considero que los aprendizajes profesionales fueron bastantes ya que al ser un caso real te da la experiencia para darte la idea como es el mundo laboral en este giro, y que no solo es exportar por exportar sino hay todo un plan de trabajo para saber si será rentable o no la operación. También considero que esto me demostró que la práctica es muy importante, ya que no se sabe todo desde el inicio, vas aprendiendo conforme a la experiencia que cada caso te vaya dejando. Aprendí mucho de los profesores que son muy buenos en el tema y profesionalmente,

gracias a la experiencia que ellos tienen, se ven cosas diferentes para los temas de comercio internacional en el sentido laboral.

Aprendizaje profesional Sebastián Voss:

Hacer este proyecto fue de verdad muy enriquecedor para mí, gracias a todos los aprendizajes profesionales que este me dejó, como cuales son las implicaciones que hay para que un producto pueda llegar a las manos de un consumidor en otro país. Me brindó la oportunidad de conocer más a fondo sobre una industria tan importante y próspera como lo pueden llegar a ser las bebidas alcohólicas.

Sobre todo, me ayudó en la gestión de riesgos implicó lidiar con riesgos financieros, legales y operativos. Aprendí a identificar y evaluar estos riesgos, así como a implementar estrategias para minimizarlos. Adquirí conocimientos sobre aspectos como estrategias de mitigación de riesgos, lo que me ayudaron a tomar decisiones más informadas y proteger los intereses de la empresa y así evitar un mal aprovechamiento de los recursos.

Aprendizaje profesional María José Andrade:

Durante este proyecto aprendí a como darle estructura a un proyecto real y pude poner en práctica las diferentes materias de mi carrera, como costos, marketing digital, creatividad publicitaria, mercadotecnia cualitativa y cuantitativa, entre otras.

Me gustó el poder aportar mis conocimientos de mercadotecnia y trabajar con compañeros de comercio porque me abrieron puertas a nuevas herramientas, que al final son guía para mi crecimiento profesional y el poder aprender de ellos me pareció enriquecedor.

El compartir nuestras diferentes habilidades hizo que todo sumará a poder crear un buen análisis de proyecto ya que todos teníamos el mismo objetivo, pero con diferentes maneras de cómo llegar al resultado.

Por otro lado, el empresario al principio nos brindó información que facilitó el proceso de enfocar en lo que realmente se buscaba desde un principio, esto nos ayudó hacer eficientes posibles ya que el tiempo de verano PAP es reducido.

En conclusión hoy entiendo cómo se debe crear, tratar y mantener una relación con un cliente y como mostrar un plan de trabajo, lo cual puedo decir que me ayudó a desenvolverme y saber cómo plantear mis puntos de vista dentro de reuniones futuras.

Aprendizaje Profesional Bryan Venegas:

A lo largo de la carrera distintas materias que se llevan a cabo de la mano de un proyecto fue una recopilación de todos mis aprendizajes, porque se toman en cuenta temas de comercial, logísticos, de marca, del producto y demás. Ya que muchas veces aprendemos todo de manera práctica, o con casos simulados, pero en este caso hicimos todos los ejercicios de las maneras aplicadas en la vida real.

Nos enfrentamos a que el empresario es una persona que hace todo en su empresa y que tenemos que acoplarnos a sus tiempos y si era algo complicado ya que necesitábamos tener una junta para poder seguir avanzando en el proyecto.

También nos afrontamos a que el empresario tenía todo muy bien organizado y estructurado para poder avanzar en detalles básicos, nos brindó toda la información que tenía.

- Aprendizajes sociales

Aprendizajes sociales Alejandra:

Considero que este proyecto de aplicación profesional si tiene una iniciativa de transformación ya que al ayudar a una empresa a expandir su mercado llega a tener bastantes beneficios y eso involucra a todos los colaboradores, da más oportunidades laborales, ya que si aumentan las ventas la empresa se ve

beneficiada y también la economía del país, porque el comercio internacional aporta bastante. A su vez da trabajo a más empresas como a los productores de manzana porque se promueve la demanda de sus productos en el mercado internacional.

Aprendizajes sociales Sebastián:

Como en la mayoría de los emprendimientos, se busca obtener recursos mediante la comercialización de los productos o servicios que se ofrecen, lo cual se traduce a un crecimiento como negocio y puede traer beneficios para la población. Estos se pueden traducir como empleo debido a la mayor demanda que se pueda tener gracias al crecimiento de la misma empresa y por su contraparte el consumidor, este se ve beneficiado gracias a la competencia y la propuesta de valor que se le dé al producto. En resumen, se ve beneficiada la población con este tipo de emprendimientos y la importancia que tiene en nuestro país como un generador de empleo.

Aprendizaje Social María José:

Gracias a este proyecto comprendí las bases de un formato de exportación y en sí el entender la importancia de la estructura en general porque me hizo darme cuenta de que así es más sencillo mostrarlo y es más fácil de comunicarlo. El tener tantas reglas sobre seguir un documento me enseñó nuevas maneras de ser más práctica, ya que yo siendo una persona tan visual tiendo a crear de mis proyectos un moodboard visual, pero resaltó que trabajar con maestros y compañeros opuestos a mí me motivó a aprender de ellos y hoy me siento capaz de dirigir mis propios proyectos como también los de otros, me he dejado explotar mi innovación, dejado llevar por mi creatividad y sobre todo me inspiró a reforzar mi espíritu emprendedor y a volverme más segura de a donde quiero llegar y cómo lo voy a lograr.

Creo firmemente que mientras más conoces lo que te gusta, es más fácil comunicarte y comunicarlo a los demás así que el reforzar mis conocimientos y darlos a conocer, es también ayudar a otros a crecer en ciertos ámbitos donde se sientan estancados y yo sepa cómo mostrarles una solución. Es motivarlos y darles

una guía en como continuar sus proyectos, es aportar diferentes ideas, perspectivas desde mi punto de vista mercadológico y personal, para así crear oportunidades de las situaciones.

En conclusión, yo veo las cosas como un ganar/ganar en todo y cualquier ámbito, de este proyecto y de la vida. Por ejemplo, yo soy feliz dando consejos o compartiendo información (en mi blog o redes sociales) porque son conocimientos que estoy adquiriendo y me parecen *relevantes, importantes e interesantes*, pero al mismo tiempo me gusta la idea de compartirlo porque sé que hay gente igual de curiosa que le gusta aprender de diferentes tópicos y al final ambos de nosotros salimos ganando. Yo por compartir, la gente porque me lee y en conjunto porque ambos ganamos *conocimientos*.

Aprendizaje Social Bryan:

Este proyecto, tomó 2 meses aproximadamente para poder realizarlo se necesitó de un trabajo en equipo continuo y mucha investigación. Esto en la vida laboral puede ser un proyecto bastante caro por la cantidad y la calidad de la información que se presenta. Para un empresario joven y una empresa, este tipo de proyectos con información valiosa pueden llegar a tener un precio muy alto y se le puede complicar acceder a este tipo de productos, por lo que este trabajo ayudará al empresario sin realmente haber hecho una inversión económica, lo cual complementará el crecimiento y la buena estructura de la empresa.

Además, este proyecto ayudará a una empresa mexicana a poder dar a conocer su producto en otras partes del mundo, lo que le ayudará con un crecimiento económico, y contribuirá a que los emprendedores mexicanos se puedan motivar a crecer su negocio y poder generar ingresos al país.

- Aprendizajes éticos

Aprendizajes éticos Alejandra:

En este proyecto obtuve muchos aprendizajes éticos ya que todos en equipo tuvimos que actuar de manera responsable, honesta y respetuosa, ya que tuvimos que decir la verdad aunque sonara duro para el empresario, como el manejo de sus redes sociales, comentarle que debía de cambiar la forma de compartir su contenido y que dijera lo que era su producto en vez de mostrar modelos con su producto, decirle que su plan de exportación no iba a ser rentable y no iba a tener ganancias que él podría haberse imaginado, todas estas las tuvimos que decir las de una manera que el empresario entendiera y a su vez darle una solución o alguna alternativa.

También aprendí que se le debe de dar tiempo al proyecto, porque si se tuvo problemas con el empresario para tener contacto con él y planear una junta, se deben de tomar las cosas con seriedad ya que es el tiempo de muchas personas, de los estudiantes, de los profesores y del mismo empresario. También se debían de manejar cosas con confidencialidad porque eran datos de la empresa, entonces si manejar las cosas con profesionalismo.

Aprendizajes éticos Sebastián:

Este proyecto me dejó una gran lección de la responsabilidad que se tiene como empresa querer expandir el negocio a mercados extranjeros implica.

Es importante establecer relaciones comerciales basadas en la confianza y la transparencia. Aprendí la importancia de mantener altos estándares éticos en mis interacciones comerciales, siendo honesto sobre la calidad del producto, las condiciones de entrega y los precios. La integridad y la transparencia son pilares fundamentales para construir relaciones comerciales a largo plazo y mantener una reputación sólida.

En la exportación, es esencial cumplir con todas las leyes y regulaciones aplicables, tanto a nivel nacional como internacional. Aprendí a comprender y cumplir con las normativas comerciales, aduaneras y fiscales, así como con los estándares de comercio justo y ético.

Aprendizaje Ético María José:

De los valores éticos que más destaco sobre este proyecto y el equipo fue la responsabilidad, la integridad y el respeto, ya que en conjunto conformaron una cadena en la cual se pudo mantener un increíble ambiente de trabajo, donde todos aportamos y escuchábamos para así llegar a una retroalimentación grupal.

Aprendizaje Ético Bryan:

Algo que cabe destacar en esto es que lo más importante de todo es la seguridad de los clientes al brindarte toda la confidencialidad de su información y más que nada respetar toda información sensible que te comparta la empresa. A la hora de trabajar, cabe destacar que es información por la cual pueden existir demandas o alguna penalización grave.

- Aprendizajes en lo personal

Aprendizaje personal Alejandra:

El proyecto de aplicación personal me dio el aprendizaje de tener una experiencia en un proyecto real para así poder aplicarlo en otros proyectos, personalmente me dio las herramientas para querer aplicarlo en el negocio familiar y yo hacer el plan de trabajo y ver si es oportunidad exportar o ver que métodos se pueden aplicar para mejorar el negocio. También a darme una idea como son los planes de negocio, y el conocimiento de nuevas herramientas y plataformas para hacer más eficiente el trabajo. Además, me permitió enfrentarme a desafíos y buscar alternativas, esto me ayudo a tener competencias transferibles a futuras experiencias laborales.

Aprendizaje personal Sebastián:

Me gustó la manera en cómo se impartió el proyecto, el acompañamiento que nos brindaron los profesores en el proceso y las asesorías. Lo interesante es el acercamiento que se tiene al mundo empresarial real y los problemas a los cuales se enfrentan los emprendedores a la hora de querer expandir sus ventas al mercado internacional.

Aprendizaje personal María José:

El PAP me dio la confianza para realizar mis propios proyectos y ver de lo mucho que soy capaz, me motivó el ayudar y crear contenido de utilidad para un empresario, ya que cuando vi las aportaciones que di y las utilizó a su favor se sintió bien el saber que le ayudó ese consejo y lo decidió tomar porque ayuda a su crecimiento. Ahí fue donde pude ver mi rendimiento y también gracias a esto lo que más me llevo es que aprendí a ser más organizada y estructurada.

En conclusión, todo fue poner a prueba mis diferentes habilidades y también adquirir muchas otras de mis maestros.

Aprendizaje Personal Bryan:

Aprendí que la base de todo es que tienes que tener un buen trabajo en equipo, más que nada una buena comunicación para así poder estar sincronizados en avanzar día con día en lo que se tiene que hacer dentro de una empresa y dentro de un corporativo.

5. Conclusiones y recomendaciones

Después de analizar los precios de la sidra en relación con el mercado de Chicago, no es pertinente en este momento llevar a cabo el proyecto de exportación. Los datos revelan que los precios actuales de la sidra Posdata son significativamente más altos en comparación con los competidores locales y otras marcas de renombre en el mercado de Chicago.

Un estudio exhaustivo de precios realizado en la región demostró que la sidra Posdata se encuentra aproximadamente un 250% por encima del promedio de precios de las marcas establecidas en el mercado. Esta diferencia de precios dificulta la capacidad para competir y captar la atención de los consumidores, especialmente considerando la presencia de marcas establecidas y reconocidas que ofrecen productos de calidad a precios más asequibles.

Además, el análisis de viabilidad financiera revela que, debido a los altos costos de producción y transporte, sería difícil alcanzar los niveles de rentabilidad deseados sin aumentar los precios de venta aún más. Esto podría hacer que la sidra Posdata sea aún menos competitiva y menos atractiva para los consumidores potenciales.

En resumen, basándonos en los datos sobre los precios de nuestra sidra en relación con el mercado de Chicago, se concluye que el proyecto de exportación no es recomendable en su forma actual. Sería necesario realizar ajustes significativos en los costos de producción y logística para ofrecer precios más competitivos y alineados con las expectativas del mercado.

La exportación de sidra de México a Estados Unidos se beneficia de manera importante debido a la ausencia de barreras arancelarias. Esto significa que no se imponen impuestos o tarifas adicionales a la sidra mexicana al ingresar al mercado estadounidense. Esta ventaja les permite aumentar sus oportunidades de venta y

expandir su presencia en el mercado estadounidense, lo que puede conducir a un mayor crecimiento económico

La industria de la sidra en Estados Unidos experimentaba un crecimiento constante. Según la Asociación de Cidra de América (Cider Association), el valor de mercado de la sidra en Estados Unidos alcanzó los 2,440 millones de dólares en 2022. Se estima que el consumo de sidra ha aumentado en los últimos años, debido en parte al creciente interés en bebidas alcohólicas artesanales y alternativas a la cerveza y el vino. Estados Unidos es el principal importador de sidra en el mundo, además de esto está teniendo un crecimiento del 19% con respecto a años anteriores.

Recomendación

Considerando la situación actual del proyecto de exportación de sidra al mercado de Chicago, aquí se muestran algunas recomendaciones a su consideración.

- **Análisis de precios:** Realizar un análisis detallado de los precios de la sidra en el mercado de Chicago, identificando los rangos de precios de las marcas líderes y los competidores locales. Esto permitirá establecer un precio competitivo y atractivo para los consumidores.
- **Optimización de costos:** Examinar minuciosamente los costos de producción y logística para identificar áreas donde se puedan reducir gastos sin comprometer la calidad del producto. Buscar oportunidades de eficiencia en la cadena de suministro y considerar proveedores locales para minimizar los costos de transporte.
- **Estrategia de marketing focalizada:** Desarrollar una estrategia de marketing sólida y enfocada que destaque las cualidades únicas de la sidra. Considerar colaboraciones con establecimientos gastronómicos destacados, eventos de degustación y una presencia activa en redes sociales para generar conciencia de marca y llegar a los consumidores objetivo.

- Investigación de preferencias del consumidor: Realizar estudios de mercado y encuestas para comprender mejor las preferencias y demandas específicas de los consumidores en Chicago. Esto les permitirá ajustar la oferta de la sidra para adaptarse a los gustos locales y asegurar una mayor aceptación.
- Desarrollo de alianzas estratégicas: Establecer alianzas estratégicas con importadores/ distribuidores locales, bares, restaurantes y tiendas especializadas en sidra. Estas asociaciones ayudarán a expandir la distribución y aumentar la visibilidad de su producto en el mercado de Chicago.

Dentro del análisis mercadológico, dado lo observado, se recomienda pagar publicidad en Google ADS para lograr mayor presencia en el segmento internacional ya que es casi nula las búsquedas del producto. Por último, siempre es importante seguir tomando en cuenta la calidad de cada contenido y campaña a lanzar ya que es sumamente importante los detalles que generan conexiones y emociones, tiene que ser información de calidad y relevante, desde las palabras clave que se tienen que utilizar para estar dentro de las palabras más buscadas en el internet, como las fotos, videos, links que conectan a otras páginas, ubicaciones, entre otros. Cada detalle hace esencial a una publicación de calidad estratégica, visual y funcional que permita generar clientes futuros.

Bibliografía

- De Estadística Y Geografía, I. N. (s. f.). Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas. DENUÉ.
<https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denué/default.aspx>
- *DOF - Diario Oficial de la Federación.* (s/f). Gob.mx. Recuperado el 12 de junio de 2023, de
https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5502882&fecha=30/10/2017
- *DOF - Diario Oficial de la Federación.* (s/f). Gob.mx. Recuperado el 12 de junio de 2023, de
https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5386313&fecha=23/03/2015
- *DOF - Diario Oficial de la Federación.* (s/f). Gob.mx. Recuperado el 13 de junio de 2023, de
https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5514060&fecha=22/02/2018
- *Trademap.* (s/f). LCI Trade Wizard. Recuperado el 04 de Julio de 2023, de
<https://www.trademap.org/Index.aspx>
- Oficina de Patentes y Marcas de los Estados Unidos (USPTO). (s. f.). Página principal de marcas. Recuperado de
<https://www.uspto.gov/trademarks>
- *Excise tax rates and fees.* (s/f). Illinois.gov. Recuperado el 4 de julio de 2023, de <https://tax.illinois.gov/research/taxrates/excise.html>
- *TTBGov - tax and fee rates.* (s/f). Ttb.gov. Recuperado el 4 de julio de 2023, de <https://www.ttb.gov/tax-audit/tax-and-fee-rates>
- *Harmonized tariff schedule.* (s/f). Usitc.gov. Recuperado el 4 de julio de 2023, de <https://hts.usitc.gov/>
- Organización de los Estados Americanos (OEA). (s. f.). Programa del USMCA - Anexo del Capítulo 2B: Anexo 2B de México [PDF]. Recuperado de <http://www.sice.oas.org/Trade/USMCA/Spanish/USTariffSchedule.pdf>
- UNAM. (s.f.). Ley contra el bioterrorismo [Archivo PDF]. Recuperado de http://arquitectura.unam.mx/uploads/8/1/1/0/8110907/ley_contra_el_bioterrorismo.pdf
- Sanchez, J. D. (2015, mayo 4). OPS/OMS. Pan American Health Organization / World Health Organization.
https://www3.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=10833:2015-historia-sistema-haccp&Itemid=0&lang=es
- GlobalSTD Certification. (2016, octubre 7). ¿Qué es el FSMA? GlobalSTD.
<https://www.globalstd.com/blog/que-es-el-fsma/>

- *SNICE*. (s/f). Gob.Mx. Recuperado el 12 de junio de 2023, de https://www.snice.gob.mx/AdminSNICE/faces/oracle/webcenter/portalapp/pages/paginasPublicas/publicHome.jspx;jsessionid=cFhmkHWDhmfGszY3qvNQx8PRnJXFjvpl6vxT88G2pXfwDyR0dtx!497507894?_adf.ctrl-state=1dqvxgtuql_4&_afLoop=31523752430238139&_afWindowMode=0&_afWindowId=null.
- Euromonitor Login. (s/f). Euromonitor.com. Recuperado el 5 de julio de 2023, de <https://www.portal.euromonitor.com/magazine/homemain/>
- Binny's Beverage Depot. (s. f.). Binny's Beverage Depot - Tienda de vinos, cervezas y licores. Recuperado de <https://www.binnys.com/>
- BevMo. (s. f.). BevMo - Tienda de vinos, cervezas y licores. Recuperado de <https://www.bevmo.com/>
- Statista. (s.f.). Marcas líderes en la venta de sidra en EE. UU. [Gráfico estadístico]. Recuperado de <https://es.statista.com/estadisticas/599989/marcas-lideres-en-la-venta-de-sidra-en-ee-uu/>
- SEMrush. (s. f.). Informe de análisis de dominio para sidratrabanco.com. Recuperado de <https://es.semrush.com/analytics/overview/?q=sidratrabanco.com&protocol=https&searchType=domain&db=mx>
- The Beer Temple. (s/f). Craftbeertemple.com. Recuperado el 5 de julio de 2023, de <https://www.craftbeertemple.com/beer.html>
- District Brew yards. (s/f). Districtbrewyards.com. Recuperado el 5 de julio de 2023, de <https://districtbrewyards.com/#/>
- Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA). (s. f.). Registro de instalaciones de alimentos y otras presentaciones. Recuperado de <https://www.fda.gov/food/guidance-regulation-food-and-dietary-supplements/registration-food-facilities-and-other-submissions>
- BevSource. (s. f.). Your Cider Compliant: Las 3 cosas principales que debes saber sobre impuestos y aprobaciones de la TTB. Recuperado de <https://www.bevsource.com/news/your-cider-compliant-top-3-things-know-about-ttb-taxes-approvals#:~:text=Tax%20Classification%20is%20determined%20by,Hard%20Cider>
- TTB (Oficina de Impuestos y Comercio de Alcohol y Tabaco). (2023). CiderCon 2023 Labeling [Presentación]. Recuperado de https://www.ttb.gov/images/pdfs/presentations/CiderCon_2023_Labeling.pdf
- Semrush, El marketing online puede Ser Fácil (no date) Semrush. Available at: <https://es.semrush.com/projects/> (Accessed: 08 July 2023).

Anexos

Anexo 1: Registro USA.

Anexo 2: Registro de marca México 2020.

Anexo 3: Registro de marca México 2016.

Anexo 4: Modelo USA Costing.

Anexo 5: Modelo USA Pricing.

Anexo 6: Cider_Perry_in_the_US_Analysis.

Anexo 7: Cider_Perry_in_the_US.

Anexo 8: Cider_Perry_in_USA_Context.

Anexo 9: Cider_Perry_in_USA_Datagraphics.

Anexo 10: Cadena de distribución.

Anexo 11: Base de datos de posibles contactos de maquiladores de Sidra.

Anexo 12: Copia de correo a maquiladoras.